

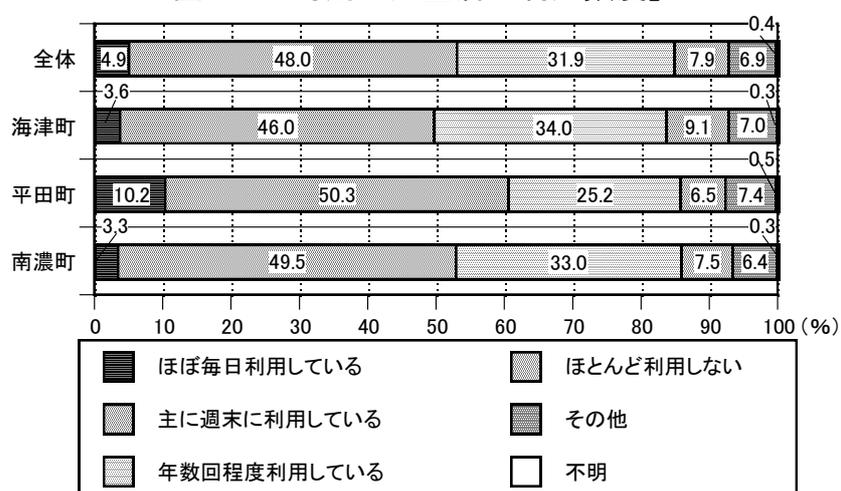
IV 商店・商店街の評価

4-1 大型店の利用頻度

市民の重要な買物場所となっているアピタ、イオン、ザ・ビッグなど本市の近隣の大型店の利用頻度は、「主に週末に利用している」が48%と約半数であり、次いで「年数回程度利用している」が32%とこの二つで大半を占めている。その他には「ほぼ毎日利用している」は5%、「その他（「平日に利用」、「週2~3回不定期に利用」など）」が7%となっている。なお、「ほとんど利用していない」は8%である。

町別では、平田町で「ほぼ毎日利用している」人が他町より際立って高い他は特に大きな差はなく、市全体と同様な傾向が見られるが、平田町が際立って高いのはヨシヅヤを大型店と認識しての意向と考えられる（図4-1）。

図4-1 町別「大型店の利用頻度」



また年齢別では、概して若い人ほど利用頻度は高く、「20歳代以下」、「30歳代」、「40歳代」で「主に週末に利用している」人が60%を超えている。その反面、「60歳代」、「70歳代以上」で「年数回利用している」人が40%前後、「70歳代以上」で「ほとんど利用しない」人が21%となっている（図4-2）。

一方、家族形態別では、「二世帯」世帯は「主に週末に利用している」人が53%と半数を超えているが、「一人暮らし」世帯は「年数回程度利用している」人が44%、「ほとんど利用しない」人が19%と他階層に比べて際立って高く利用頻度は極めて低い（図4-3）。これらのことからショッピングのレジャー化が見て取れる。

さらに車の所有状況別で見ると、車が「ない」世帯では「ほとんど利用しない」人が33%、「年数回利用している」人が27%となっており、やはり車を持っている世帯に比べて利用頻度が少なくなっている（図4-4）。「大型店」は、郊外の公共交通の利便性が低い場所に立地しており、そのために車による利用者への利便性に配慮されている効果が現れていることがうかがえる。

図 4-2 年齢別「大型店の利用頻度」

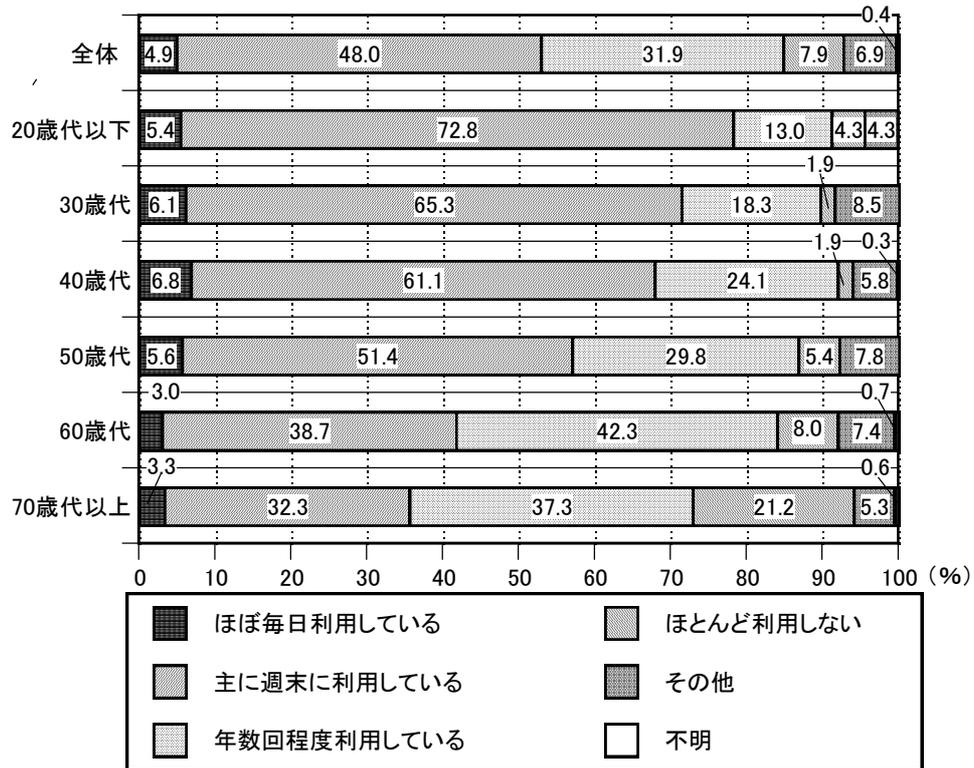


図 4-3 家族形態別「大型店の利用頻度」

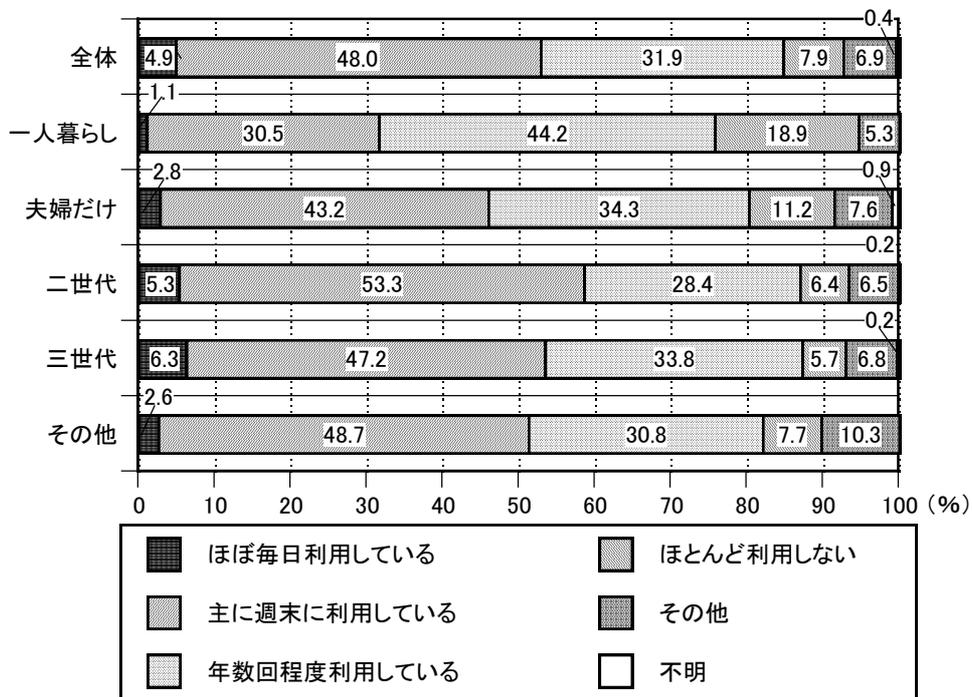
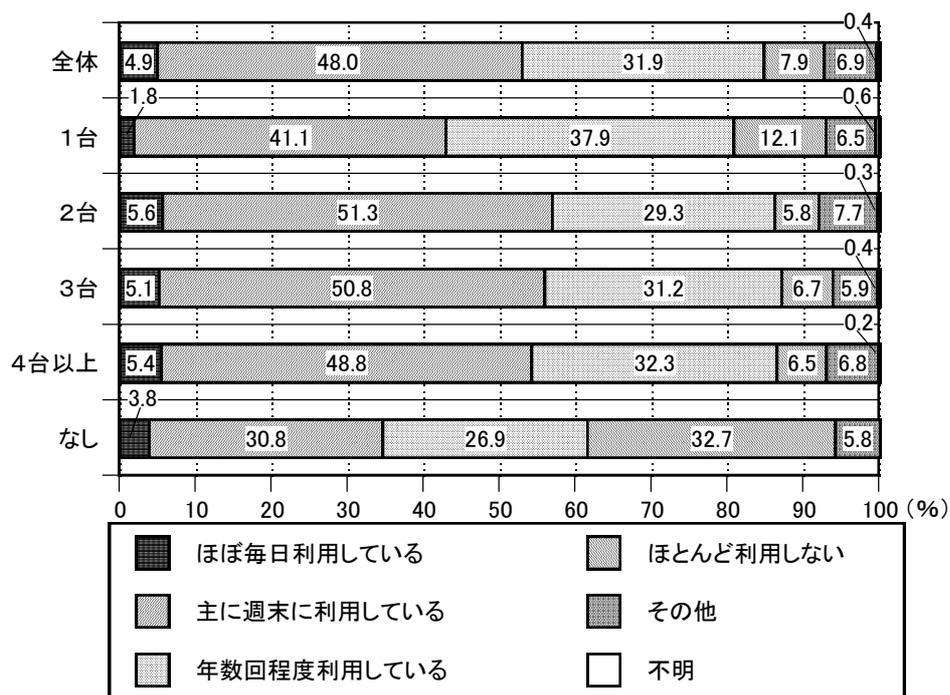


図 4-4 車の所有状況別「大型店の利用頻度」



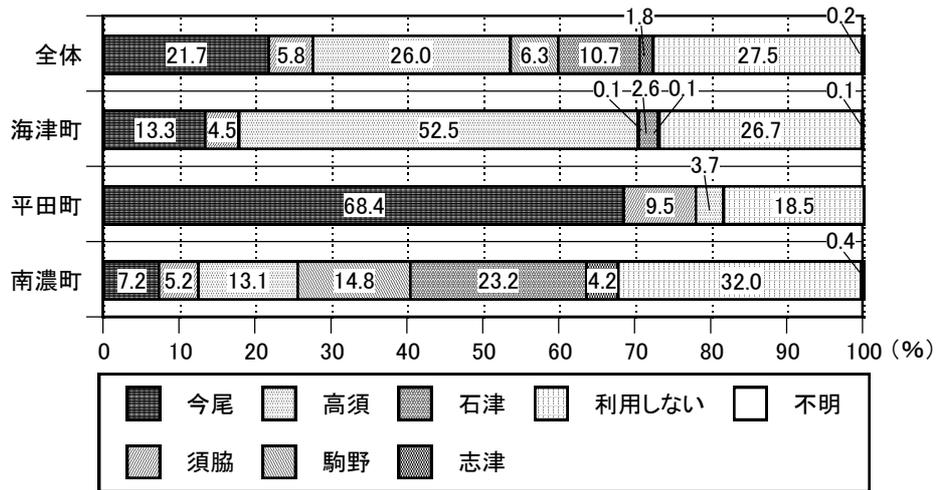
4-2 市内商店街の利用状況

(1) 商店街利用状況

市内には6箇所の商店街があるが、どの商店街をどれだけの市民が利用しているのかについて見ると、「高須」が26%、「今尾」が22%、「石津」が11%の順となっている。また、どの商店街も「利用しない」は28%であり、市民の約3割は全く使用していない。

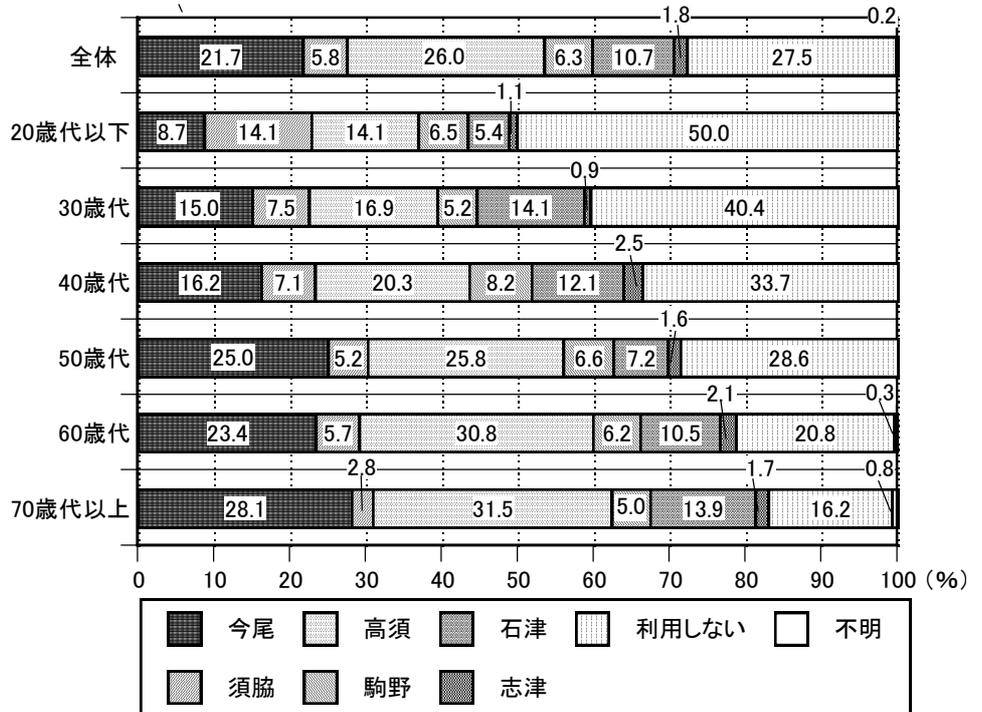
町別にみると、海津町では「高須」が53%、平田町では「今尾」が68%と集中しているが、南濃町では「石津」が23%、「駒野」が15%、「高須」が13%など分散化している。一方「利用していない」人は、海津町で27%、平田町で19%、南濃町で32%と、とりわけ南濃町で高い(図4-5)。

図4-5 町別市内商店街利用場所



年齢別では、南濃町の3商店街は目立った傾向はないが、「今尾」及び「高須」では高齢者ほど利用が多く、「須脇」で「20歳代以下」が多い。また、「利用しない」人は若い人ほど多い傾向が見られ、中でも「20歳代以下」で50%、「30歳代」で40%など極めて高くなっている(図4-6)。

図4-6 年齢別市内商店街利用場所



(2) 利用頻度

市内商店街を利用する人の頻度は、「時々利用している（週1回程度）」が47%、「年数回程度利用している」が42%となっている。商店街別では、「今尾」及び「高須」で

「時々利用している」がそれぞれ53%、57%と半数以上であるが、「須脇」、「駒野」、「石津」は「年数回程度利用している」が半数以上を占め市民の利用頻度は極めて低い（図4-7）。

町別で見ると、海津町で「時々利用している」が52%と半数を超えているが、南濃町では「年数回程度」が50%と利用頻度は低い（図4-8）。

また性別では、男性で「時々利用している」人が55%と女性より10ポイント以上高く、逆に女性は「年数回程度」が44%と男性より9ポイント高くなっている。このことから市内商店街は女性より男性の方が利用頻度は高い状況が見られる（図4-9）。

年齢別では、「60歳代」以上で「時々利用している」が半数以上であるのに対して「40歳代」以下で「年数回程度利用している」人が半数以上を占めており50歳未満と50歳以上とで違いが見られる（図4-10）。このことから年齢による買物行動の考え方として実利

図4-7 商店街別市利用頻度

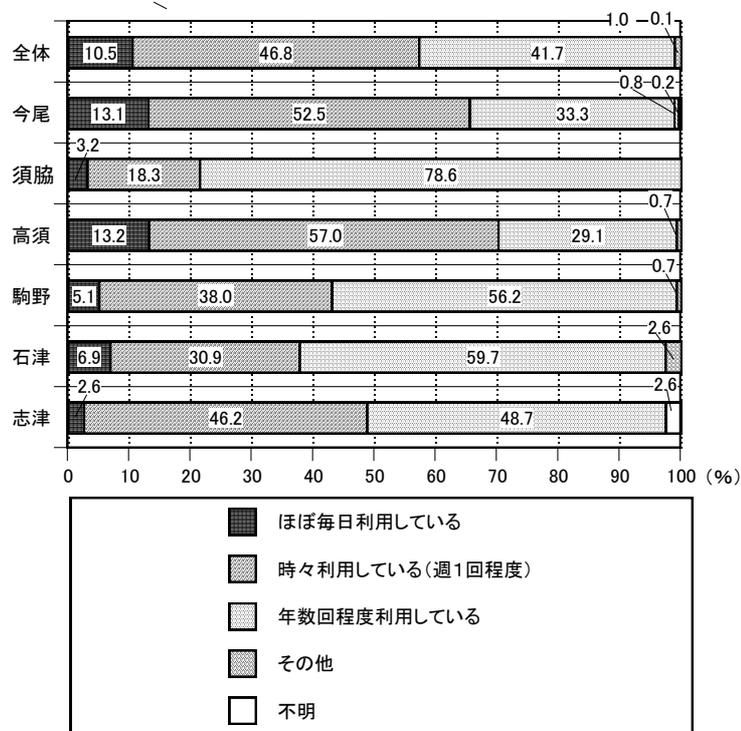


図4-8 町別市内商店街の利用

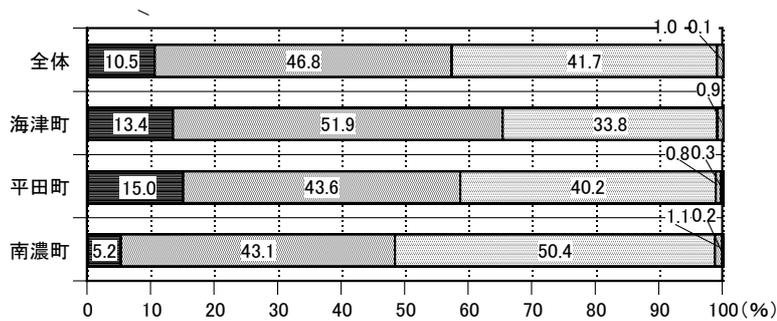
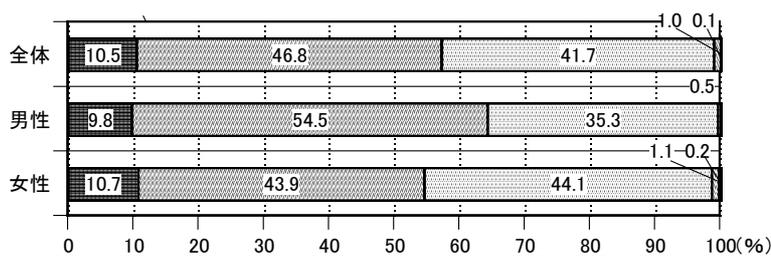
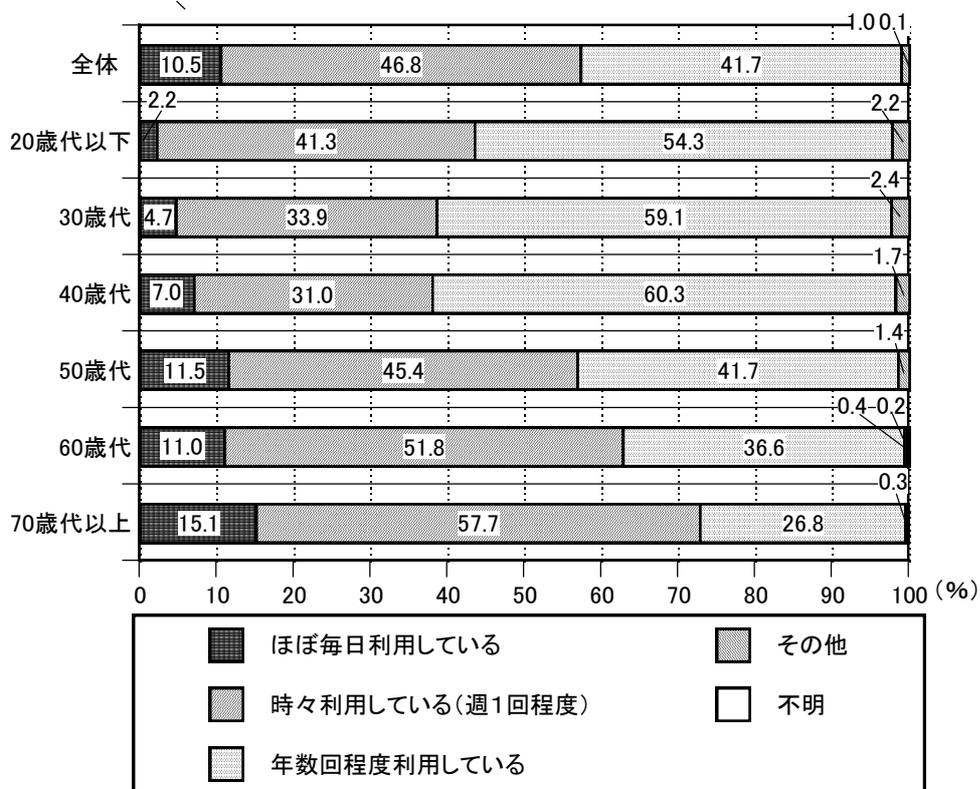


図4-9 性別市内商店街の利用



本位かレジャー行為かの違いが 50 歳を境に変化してくると予想される。

図 4-10 年齢別市内商店街の利用頻度



4-3 地元商店・商店街の評価

(1) 商店・商店街減少への評価

今後の市内商店・商店街の振興の是非を考える上で重要な要素の一つである近所の商店・商店街が減ってしまうことに対する市民の評価については、「高齢になり車が運転できなくなると思うので困る」が50%弱であり、「自動車があるので構わない」の20%及び「関心がないのでどっちでもよい」の22%に見られる肯定者と無関心者を合わせた割合を上回っている。また、「その他」の10%弱は、「もともと近所に商店・商店街がない」、「時代の流れであるので仕方がない（あきらめ）」、「その時にならないとわからない（非現実感）」、「今までも

余り利用していない」などが主な意見である。このように市民の半数は、特に高齢者で大型店の郊外立地等によって近くの商店・商店街が減少することに不安を持っている人が多い。

町別でみると大差はないが、南濃町で「高齢になり車が運転できなくなると思うので困る」が53%と半数を超え他町に比べて高くなっている（図4-11）。

年齢別では、概して高齢者ほど「自動車があるので構わない」が少なくなり、「高齢になり車が運転でき

図4-11 町別「地元商店・商店街の減少への評価」

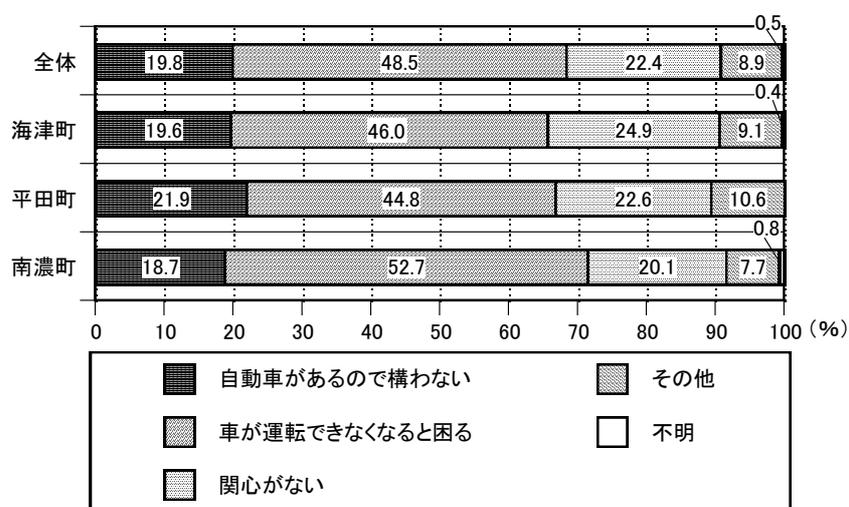
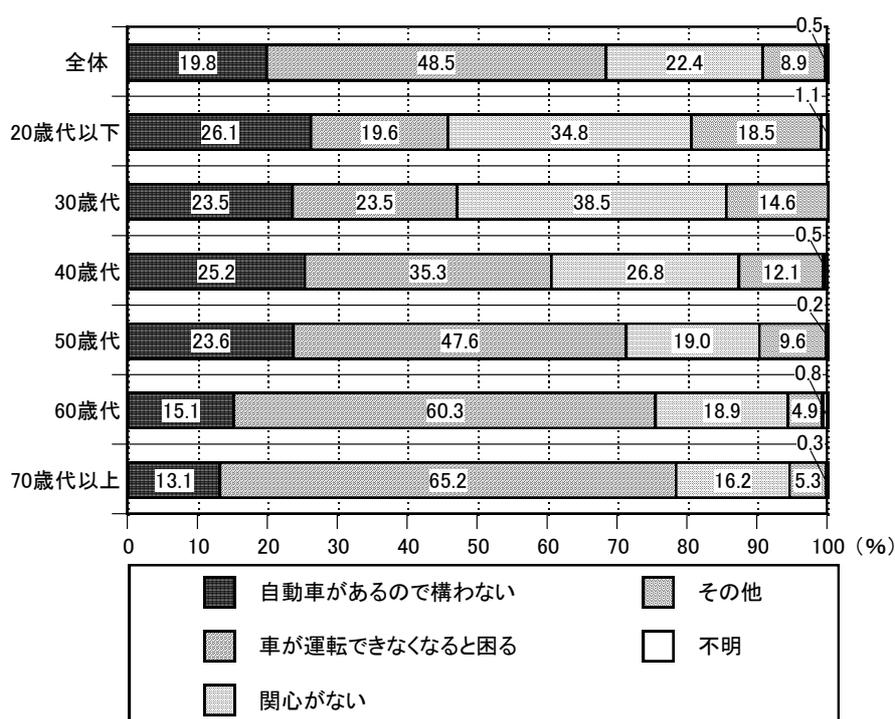


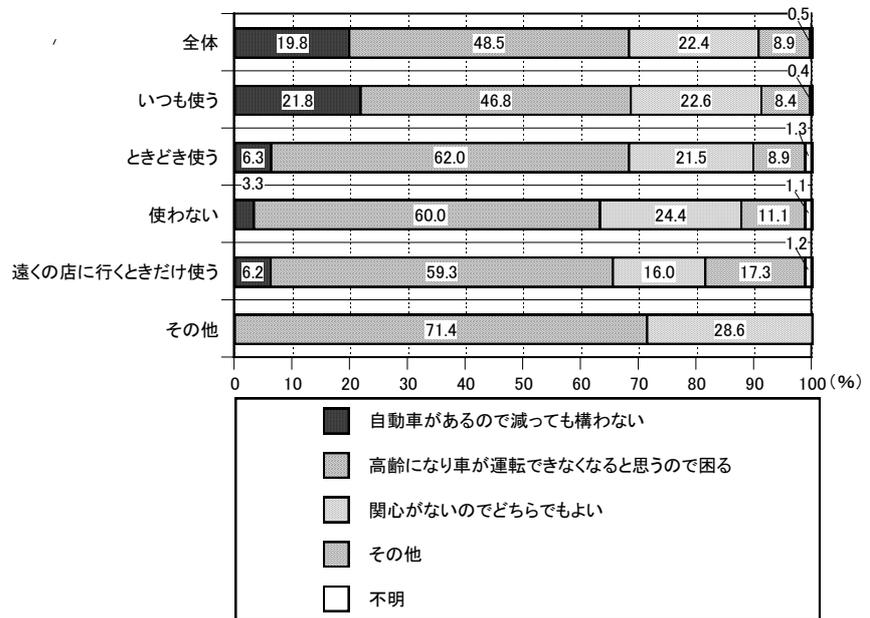
図4-12 年齢別「地元商店・商店街の減少への評価」



なくなると思うので困る」が多くなっている。特に「60 歳代」以上では 60%を超えており、この層で生活上いつ車利用が困難になるかも知れない不安が高い（図 4-12）。

また、買物での車の利用状況別でみると、「ときどき使う」「使わない」及び「遠くの店に行くときだけ使う」人で「高齢になり車が運転できなくなると思うので困る」が 59%以上となっている。これは、いつも使う人より使わない（使えない）人やどうしても必要な買物時に

図 4-13 買物時の車利用別「地元商店・商店街の減少への評価」



だけ利用する人の方が利用出来なくなることへの不安が高いことを示しているが、年齢による意識差が反映されたものであると考えられる（図 4-13）。

(2) 市内商店の評価

1) 問題点

市民が感じる市内商店の問題点は、「商品種類が少ない」が 68%と最も高く、次いで「値段が高い」が 41%、「店に入りにくい」が 33%となっており、これら 3 点が全てである。特に、品数の少なさを 2/3 の人が問題点としている。もちろん市民は、スーパーマーケットや大型店の品揃えに比較しての品数の少なさを挙げているというよりも、業種の少なさや流行品を扱う店舗の少なさを問題にしている場合が多く、そうした観点からの商店の改善が求められていると言えよう。

利用商店街別でみると、駒野で「値段が高い」と「品質が悪い」が、須脇で「店に入りにくい」が際立って高くなっている。また、「利用しない」人で「店に入りにくい」が全体に比べて高くなっているのが注目される（図 4-14）。

性別では、男性よりも女性の方が「値段が高い」、「品質が悪い」、「店に入りにくい」がやや高い傾向が見られるが男女による大差はない（図 4-15）。

町別に見ると、海津町及び平田町では全体と大差はないが、南濃町では「値段が高い」、「商品種類が少ない」、「品質が悪い」が全体に比べて高くなっている（図 4-16）。

年齢別では、「30 歳代」及び「40 歳代」で「値段が高い」が 50%弱であり、「30 歳代」で「店に入りにくい」が 44%とそれぞれ目立って高くなっている（図 4-17）。

図 4-14 利用商店街別商店の問題点

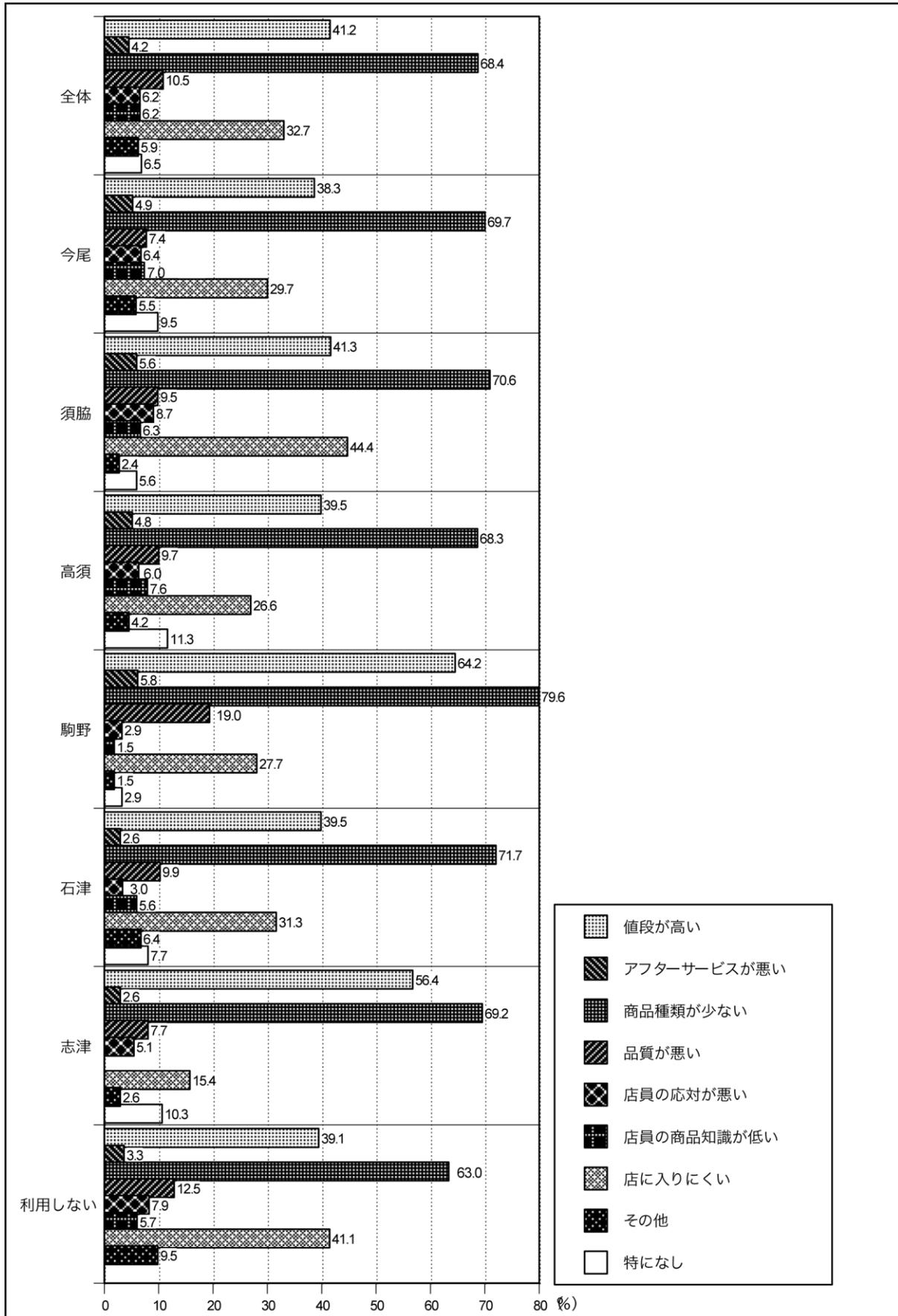


図 4-15 性別市内商店の問題点

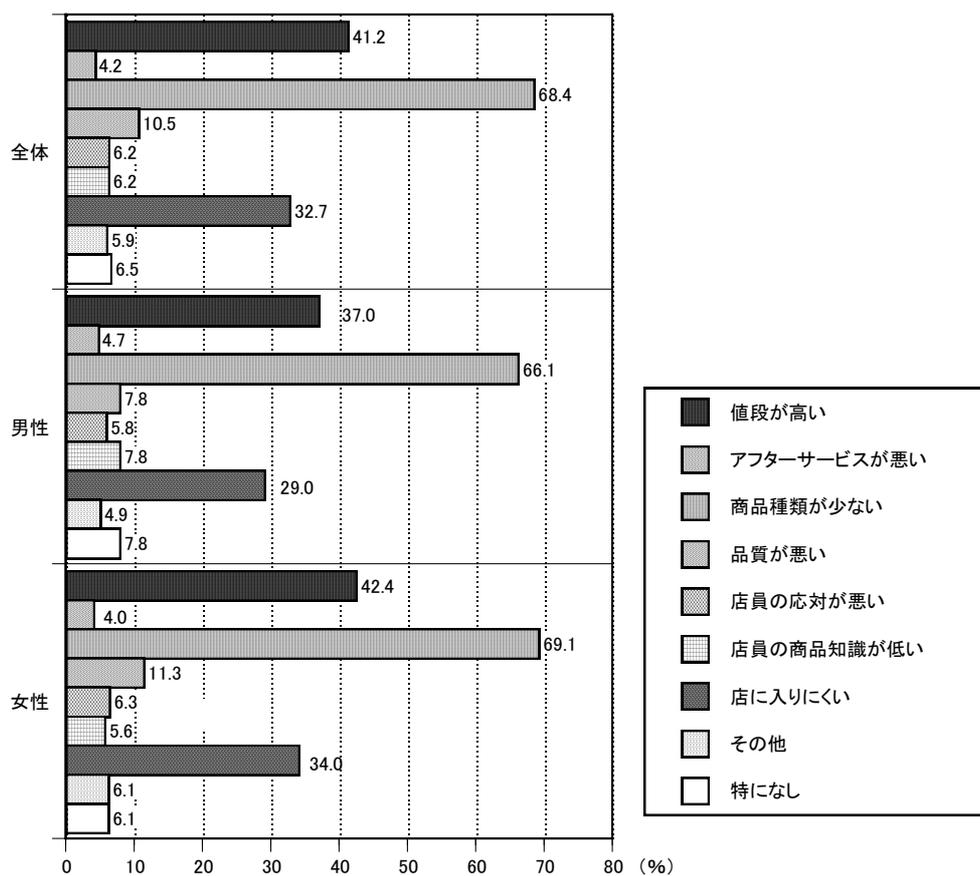


図 4-16 町別市内商店の問題点

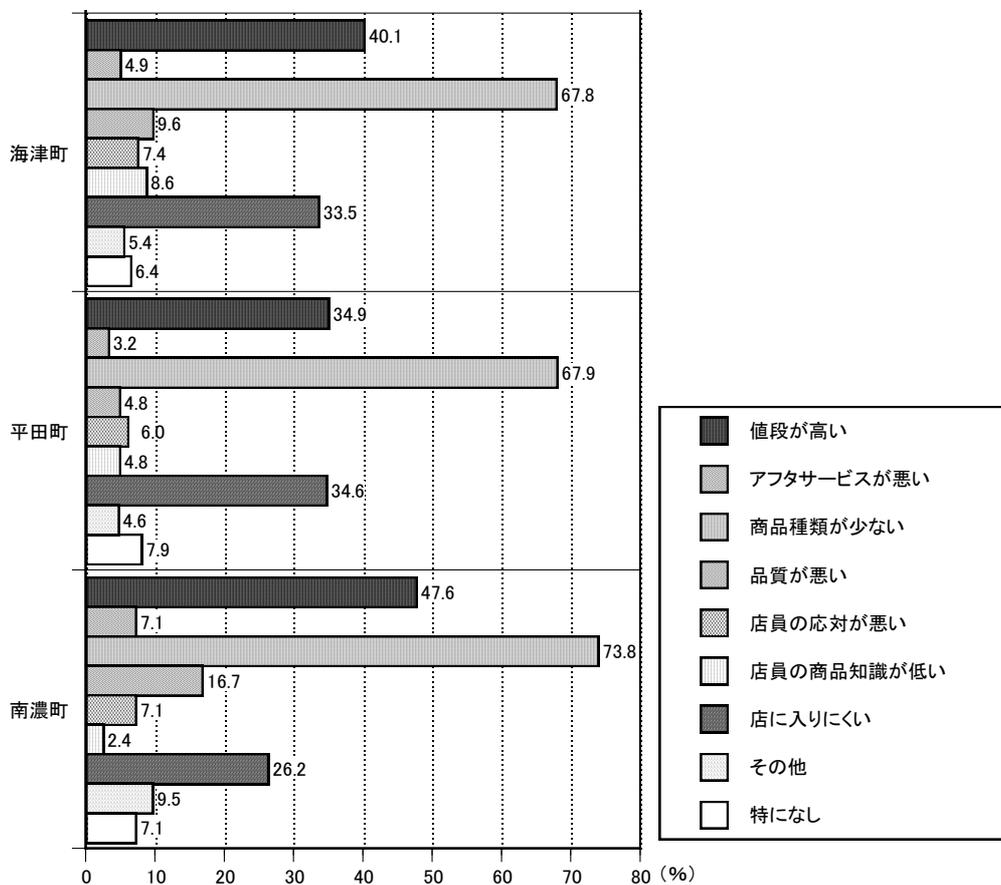
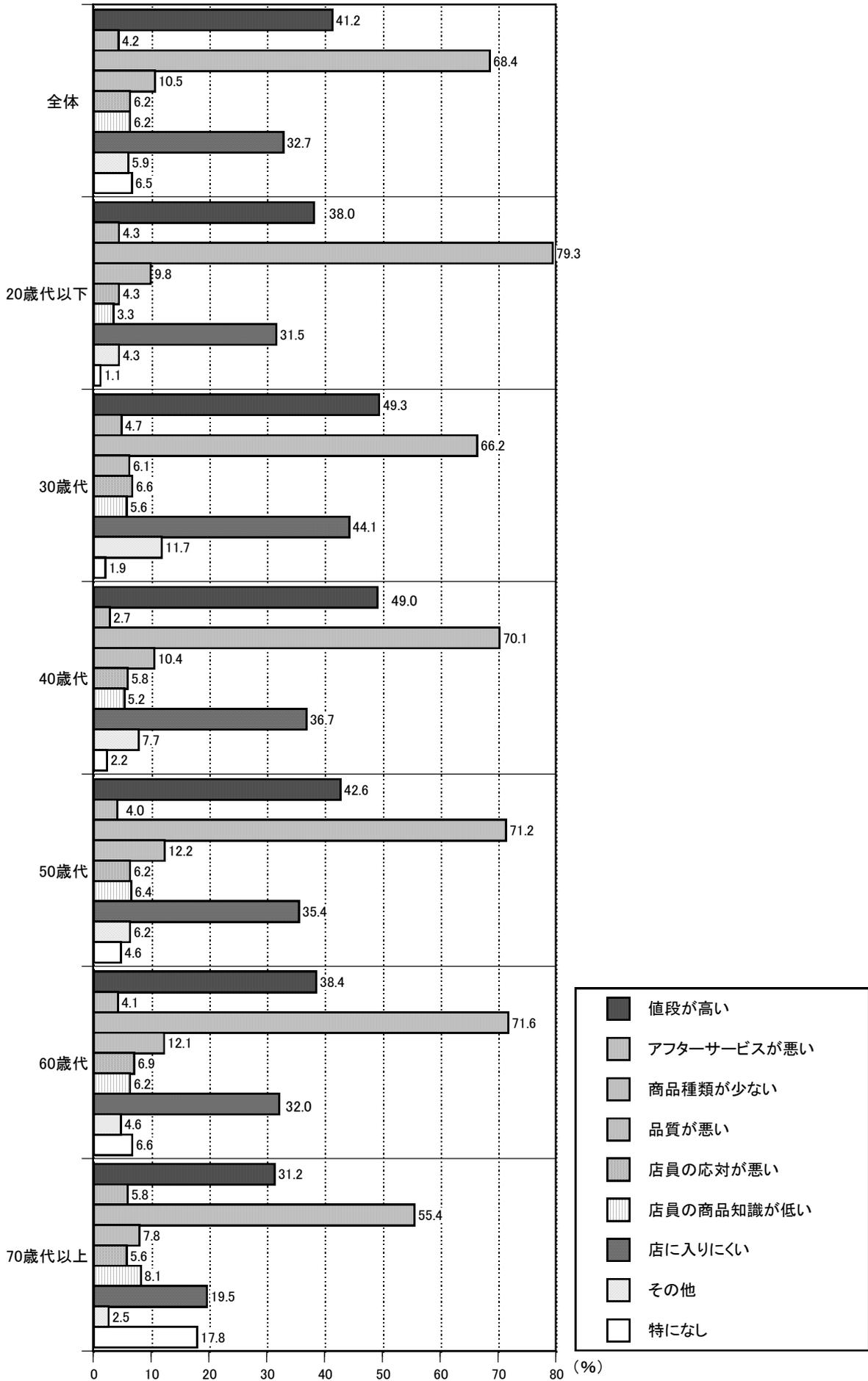


図 4-17 年齢別市内商店の問題点



2) 良い点

市内商店の良い点としては、「気軽に店に入れる」ことが 34%であり、他には「アフターサービスがよい」ことが 23%、「店員の対応がよい」ことが 20%などとなっている。問題点で「店に入りにくい」が 1/3 を占めていることと考え合わせると、「店へ入りにくいか」それとも「店に入り安いか」がその店に行くかどうかの分岐点の一つであると言える。このように商店街振興では、どのように入り安い店づくりを行うかが問われていると言えよう。

また商店街別では、「駒野」で「店員の対応がよい」、「アフターサービスが良い」がやや高い他は大きな差はない（図 4-18）。

性別でも、男性で「気軽に店に入れる」ことが女性より 5 ポイント以上高いこと以外に大差はない（図 4-19）。

町別でも大差はないが、南濃町で「アフターサービスがよい」、「店員の対応がよい」が他町に比べてやや高い傾向が見られる（図 4-20）。

年齢別では、「70 歳代以上」で「気軽に店に入れる」こと及び「20 歳代以下」で「店員の対応が良い」ことが際立って高いとともに、「40 歳代」・「50 歳代」で「アフターサービスが良い」ことに高い評価が見られる（図 4-21）。

新庄市で始まった「百円商店街」の奇跡

商店の知名度向上と入りやすさを極限まで追求したのが、この事業である。新庄市の中心商店街の衰退を憂いた市役所職員の齊藤氏が名古屋市の大須商店街での活気あるイベントの戦略と東京駅でのより取り見取り千円土産の考え方を目の当たりにして思いついたのが「百円商店街」であり、月 1 回（現在は 2 ヶ月に 1 回）開催のイベントを通して衰退していた新庄商店街を始め全国 100 箇所を超える商店街の再生に寄与している。これは、各商店が 100 円で売れる商品の開発とその店外での販売所の設置を通して買物客と店主のコミュニケーションの強化を図るとともに、買った商品の支払いを店舗内のレジで行うことによってその店舗への入りやすさを演出し、併せてその店の販売品等の内容の把握の促進を図ることによって店舗の再来を促進する効果をもたらすものである。

図 4-18 商店街別市内商店のよい点

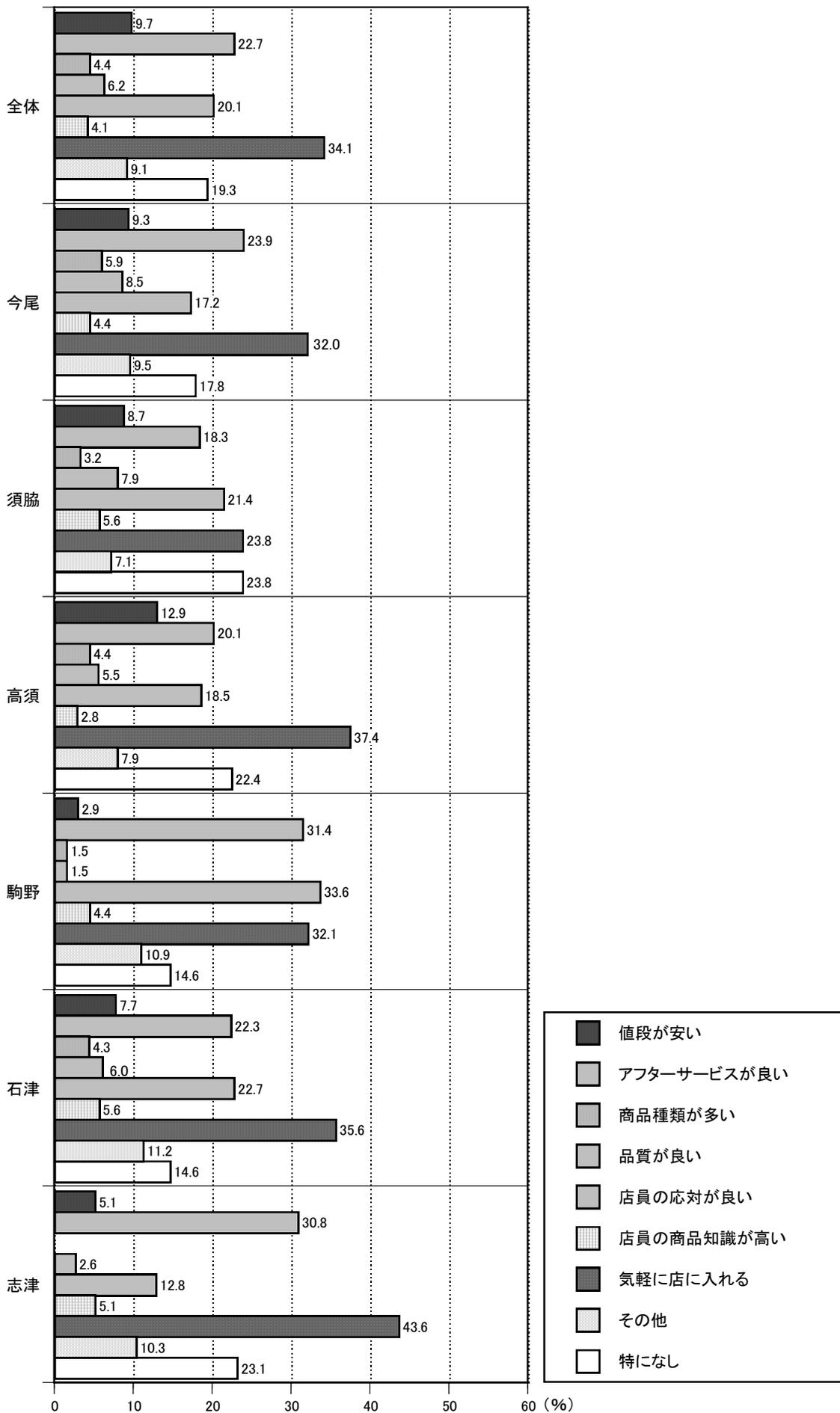


図 4-19 性別市内商店のよい点

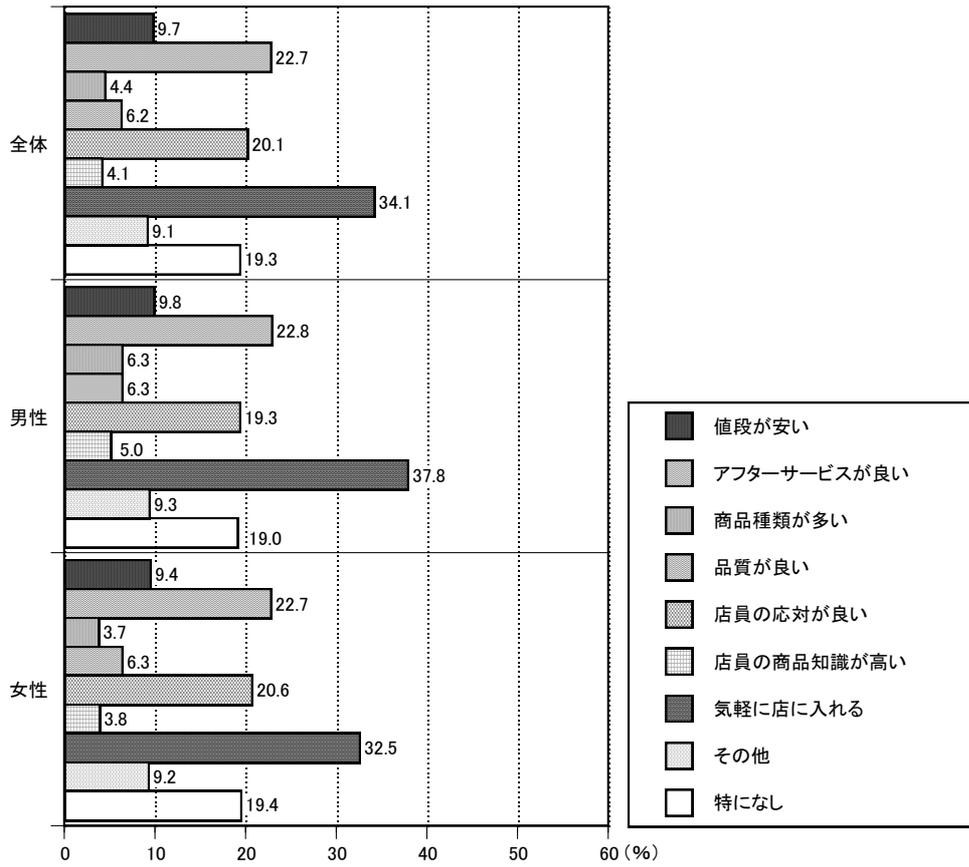


図 4-20 町別市内商店のよい点

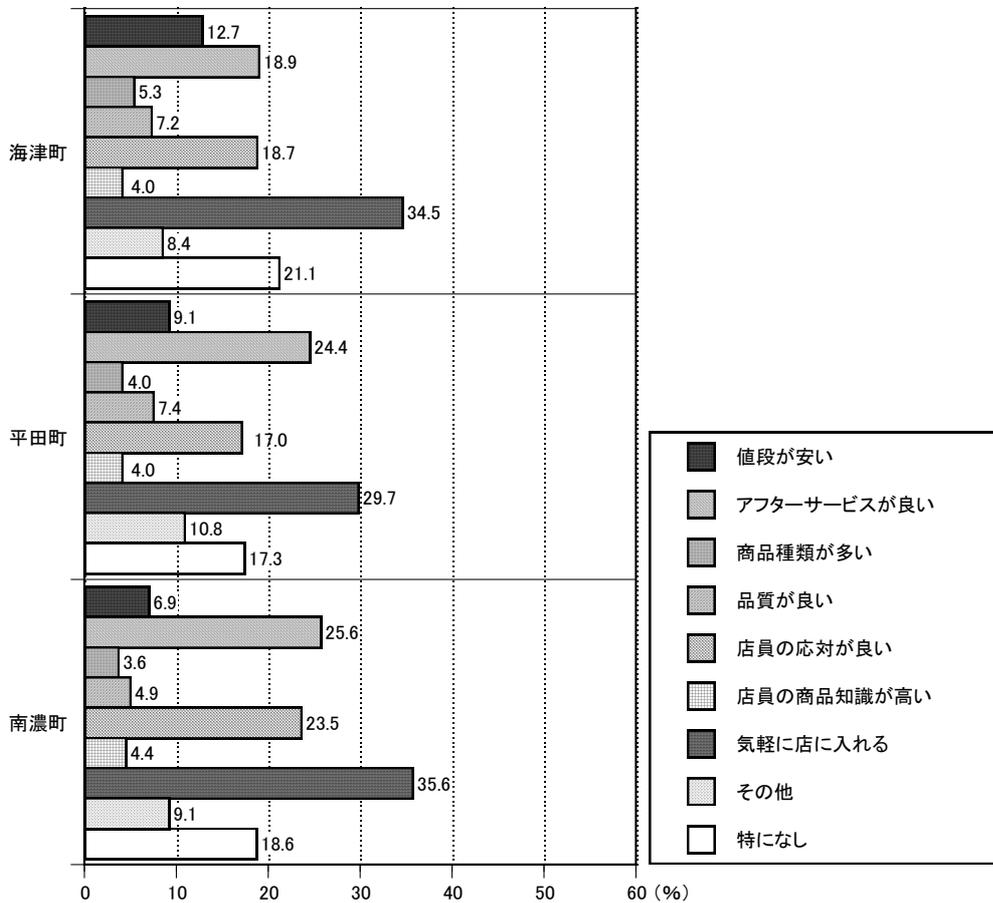
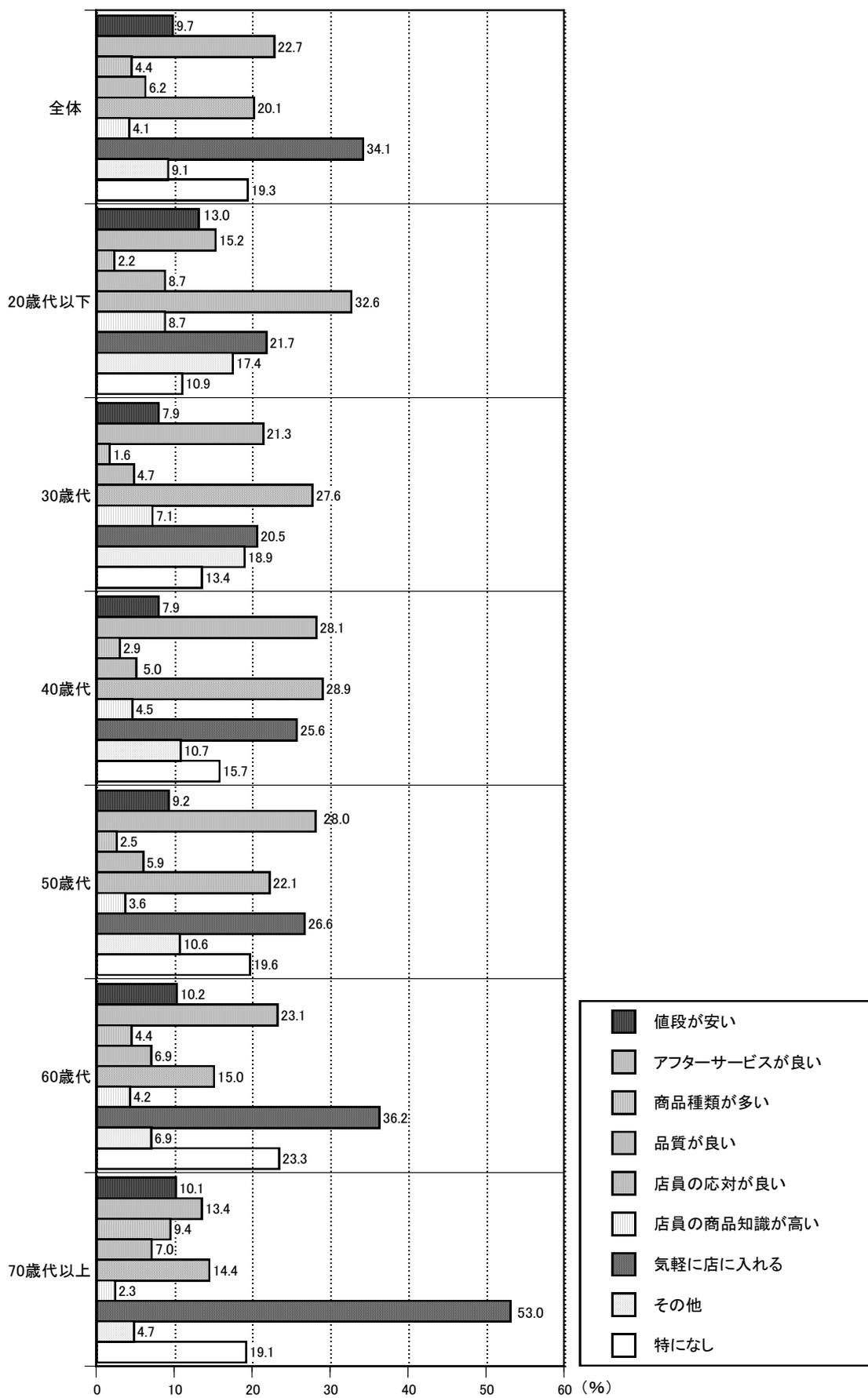


図 4-21 年齢別市内商店のよい点

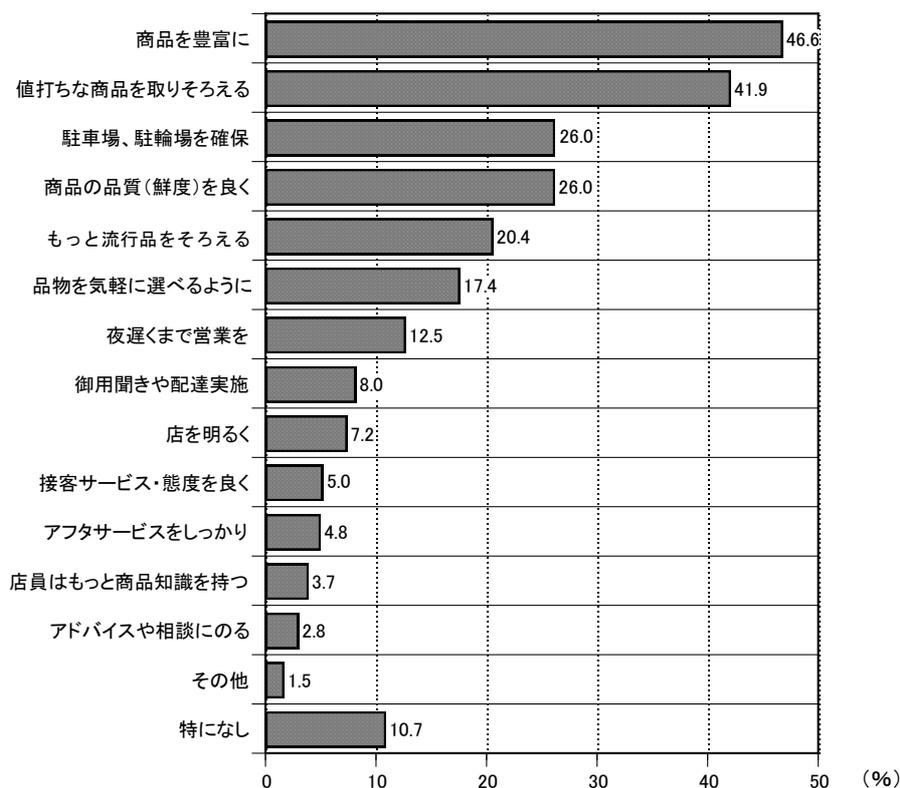


4-4 近隣商店への要望

近隣の商店への要望が「特になし」は11%であり、約90%の人が何らかの要望を持っている。要望の内容としては、「商品を豊富にしてほしい」が47%、及び「値打ちな商品を取りそろえてほしい」が42%とこの2点が特に高く、市民は商店の品揃えを期待している。次いで、「商品の品質（鮮度）を良くしてほしい」及び「駐車場、駐輪場を確保してほしい」がそれぞれ26%、「もっと流行品をそろえてほしい」が20%であり、以上の3点も2割を超える要望となっている。小規模小売店は、限られた店舗空間

の中で商品数を増やすことや、スーパーマーケットのように薄利多売で利益を上げるための流通コストの削減が困難な中で、これらの消費者要求に応えることは厳しい面があるが、「遅くまで営業してほしい」が13%、「店を明るく」、「接客サービスを良くしてほしい」、「御用聞きや配達をしてほしい」などもそれぞれ5~8%の要望となっており注目しておく必要がある（図4-22）。

図4-22 近隣商店への要望



町別でみると各町の要望の順位での違いはないが、海津町で「もっと流行品をそろえてほしい」、「商品を豊富にしてほしい」が、平田町で「もっと流行品をそろえてほしい」、「気軽に品物を選べるようにしてほしい」、「駐車場、駐輪場を確保してほしい」が、南濃町で「商品の品質を良くしてほしい」、「駐車場、駐輪場を確保してほしい」がそれぞれ他町に比べて高くなっている（図4-23）。

性別では大差はないが、「もっと流行品をそろえてほしい」、「商品を豊富にしてほしい」が男性よりも女性でやや高い傾向が見られる（図4-24）。

年齢別では、若い人ほど「もっと流行品をそろえてほしい」及び「夜遅くまで営業してほしい」が際立って高い他、高齢者ほど「商品の品質（鮮度）をよくしてほしい」、「品物を気軽に選べるようにしてほしい」が高くなっている。また、「駐車場、駐輪場

を確保してほしい」は「30歳代」で、「値打ちな商品を取りそろえてほしい」は「20歳代以下」及び「40歳代」でそれぞれ際立って高くなっている（図4-25）。

図4-23 町別「近隣商店への要望」

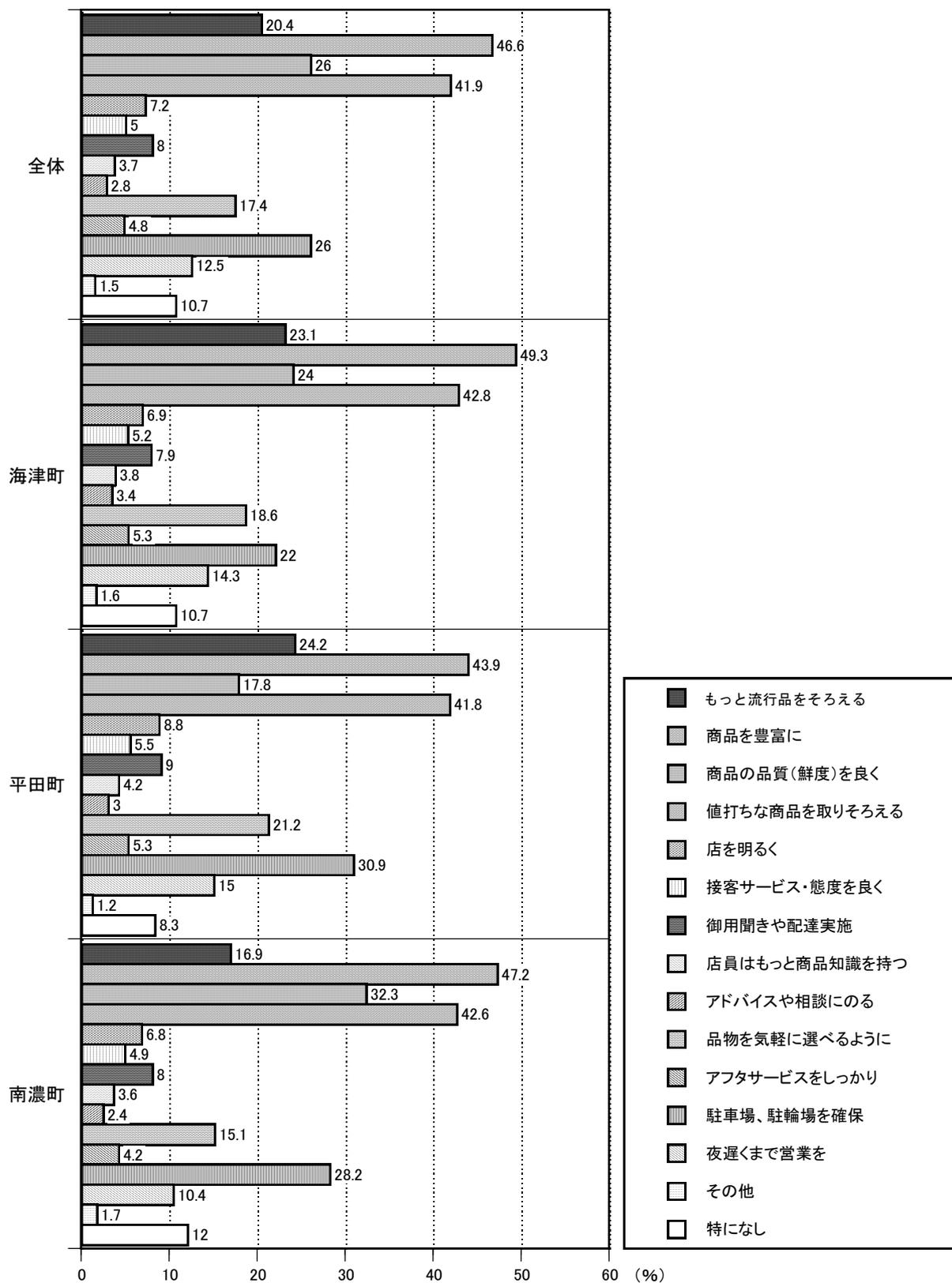


図 4-24 性別「近隣商店への要望」

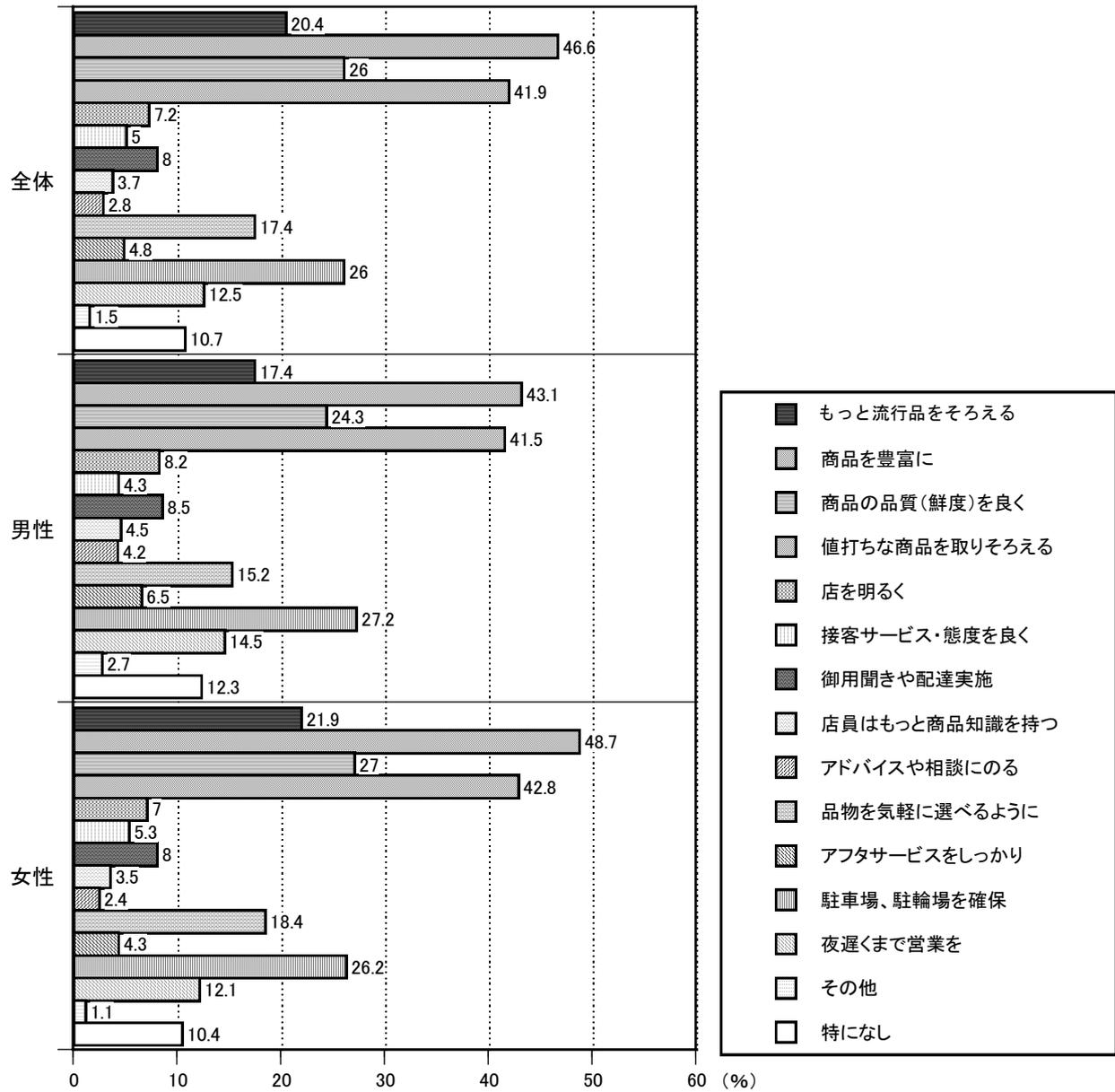
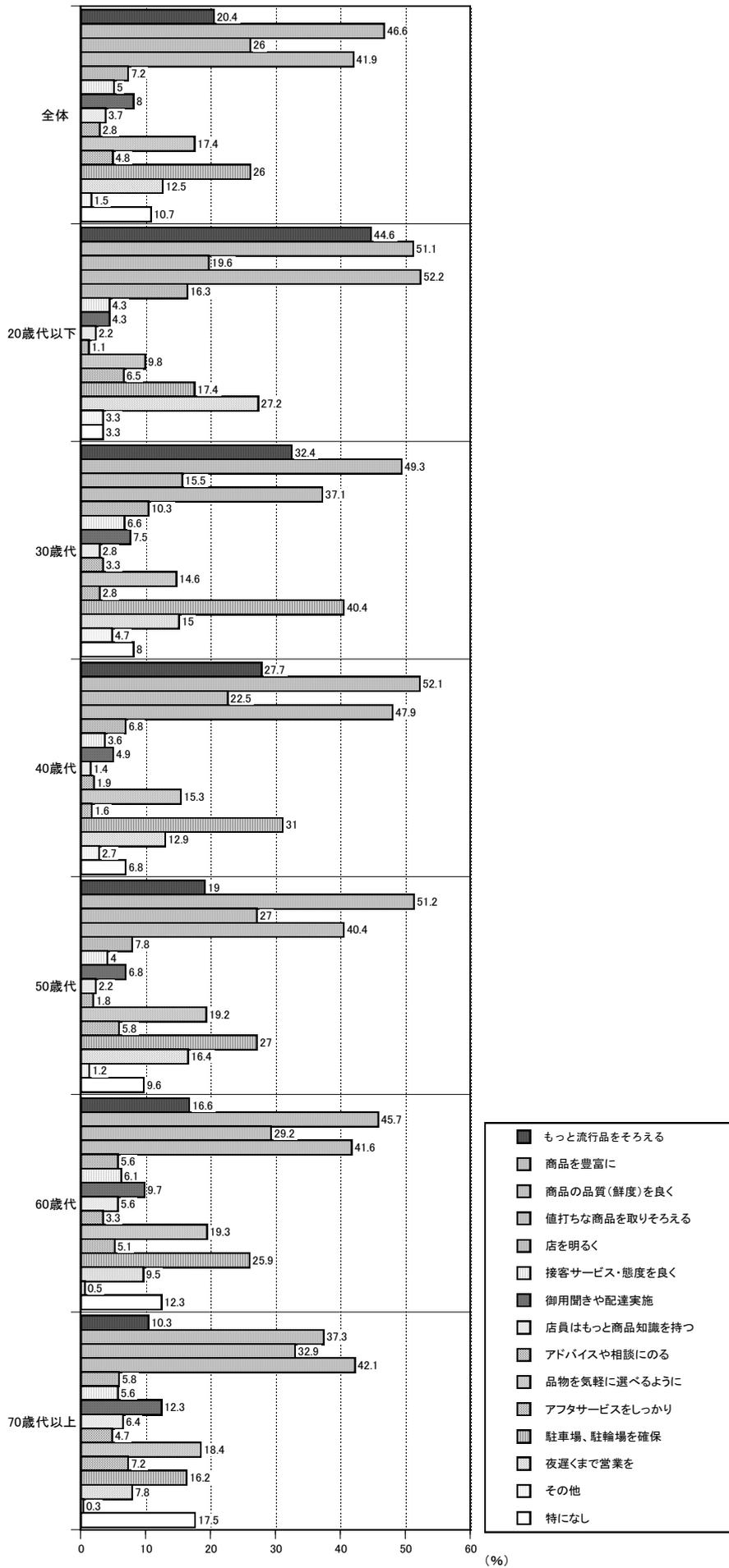


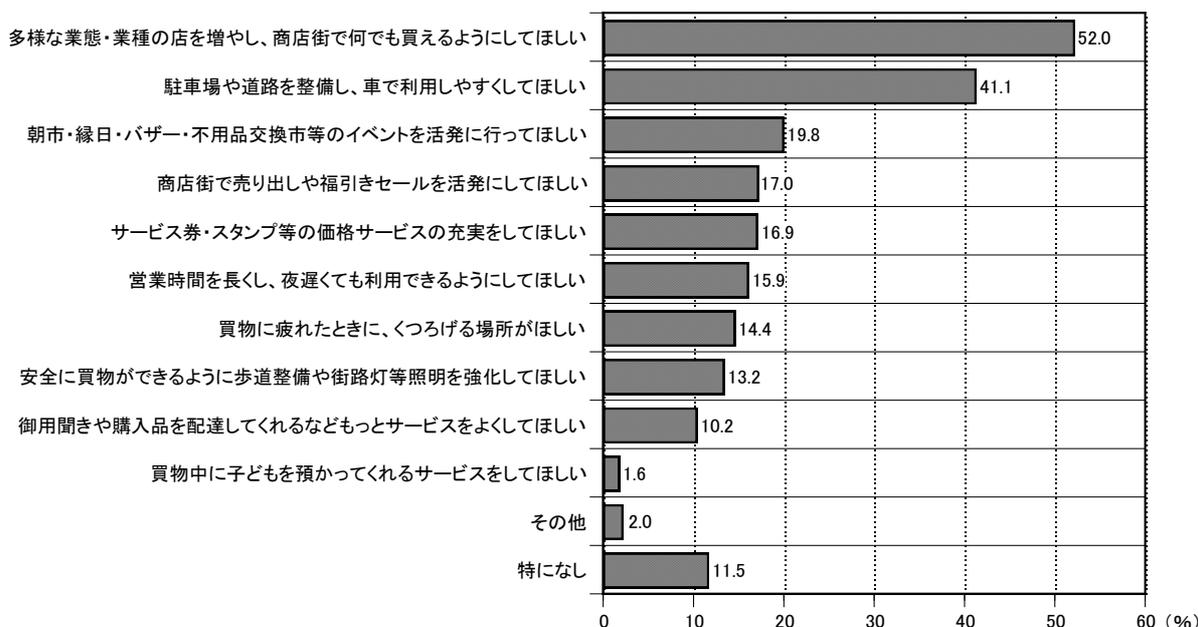
図 4-25 年齢別「近隣商店への要望」



4-5 近隣商店街への要望

近隣の商店街への要望が「特になし」は12%であり、商店への要望と同様に約90%の人が何らかの要望に回答している。その内容は、「多様な業態・業種の店を増やし、商店街で何でも買えるように」が52%と半数を超えており、次いで「駐車場や道路を整備し、車で利用しやすく」が41%とこの2つが高く、商店の増加と駐車場整備を期待している。次いで、「朝市・縁日・バザー・不用品交換市等のイベントを活発に」が20%、「商店街で売り出しや福引きセールを活発に」が17%、「サービス券・スタンプ等の価格サービスの充実を」が17%、「営業時間を長くし、夜遅くても利用できるように」が16%の順になっている。商店街は、何と云っても多様な業種・業態店舗を増やしワンストップショッピングの場として地位を築くことが求められるが、しかしイベントの活発化による賑わいづくりや「御用聞きや配達などサービスの充実」などの新たなサービスの創造を期待されていることも注目しておく必要がある（図4-26）。

図4-26 近隣商店街への要望



町別では各町による要望の順位の違いはないが、海津町で「買物に疲れたときに、くつろげる場所を」が、平田町で「駐車場や道路を整備し、車で利用しやすく」及び「営業時間を長くし、夜遅くても利用できるように」が、南濃町で「多様な業種・業態の店を増やし、商店街で何でも買えるように」がそれぞれ他町に比べて5ポイント以上高くなっている。この違いは、高須商店街、今尾商店街、駒野・石津商店街などの立地条件の違いが反映されていると考えられる（図4-27）。

性別では男女でほとんど違いはないが、「サービスの充実」及び「売り出し・セールの活発化」は女性の方が男性よりもやや高く、「営業時間の延長」及び「くつろげる場所の充実」は女性より男性の方がやや高い傾向が見られる（図4-28）。

図 4-27 町別「近隣商店街への要望」

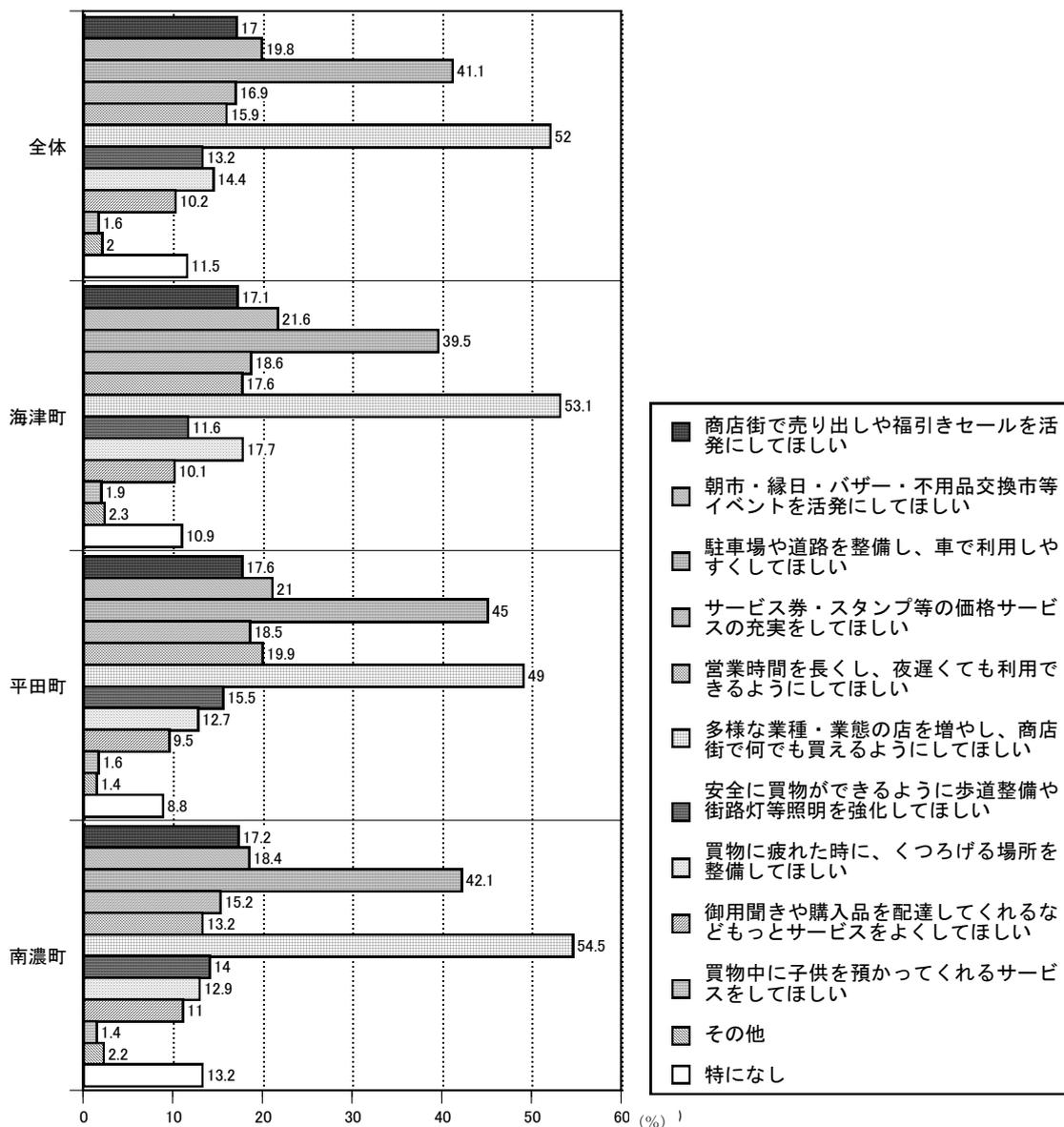
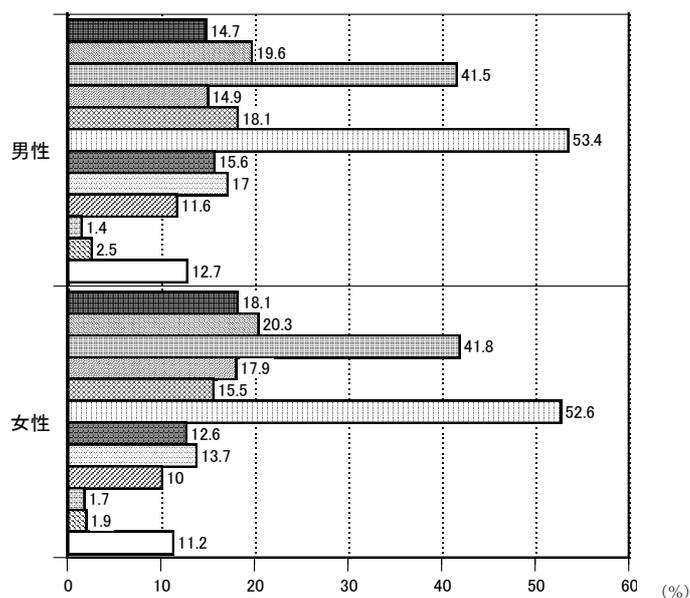
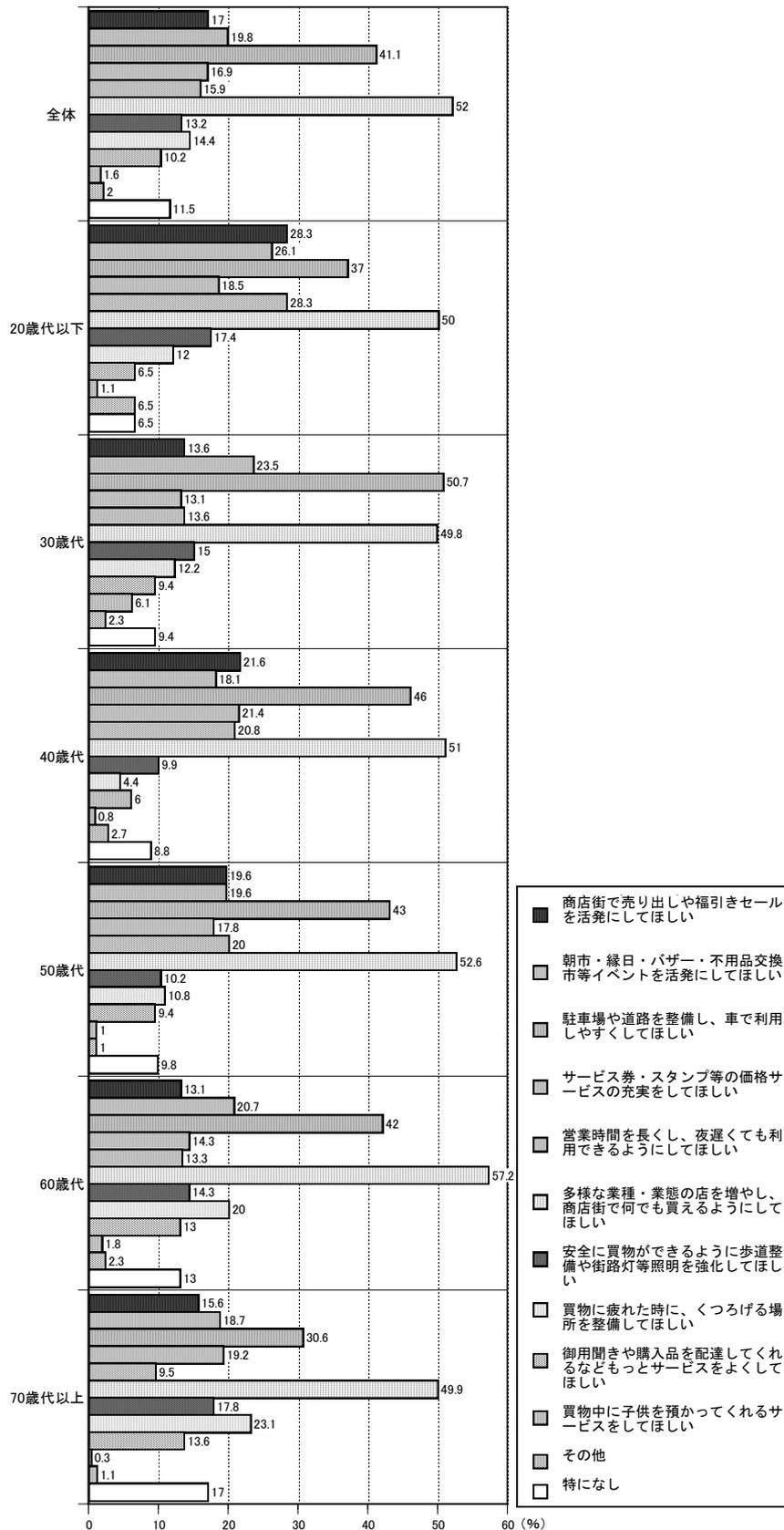


図 4-28 性別「近隣商店街への要望」



年齢別では、若い人ほど「セールスの活発化」及び「イベントの活発化」が高く、高齢者ほど「店舗の増加」、「くつろげる場の整備」、「御用聞きや配達サービスの充実」が高くなっている。また、「駐車場、駐輪場の確保」は「30歳代」で、「営業時間の延長」は「40歳代」でそれぞれ目立って高くなっている（図4-29）。

図4-29 年齢別「近隣商店街への要望」

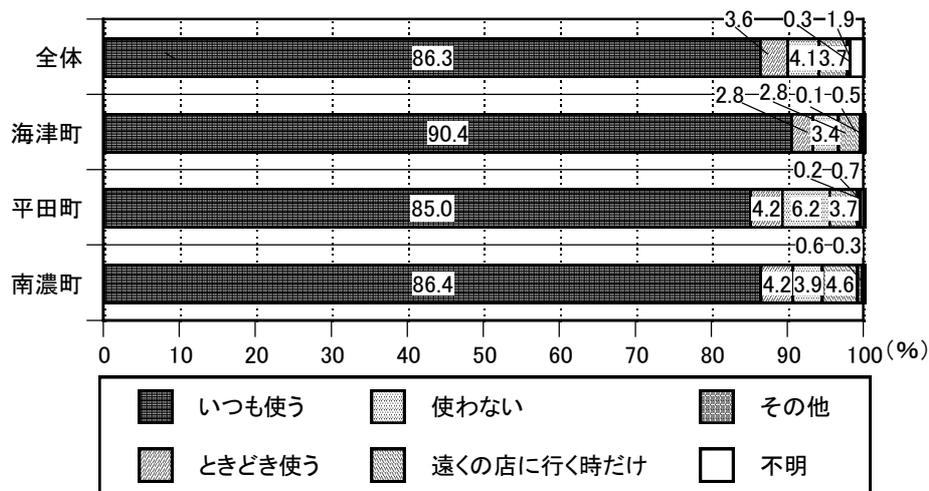


4-6 買物時の車利用

買物時の車利用状況は、全体の 86%が「いつも使う」としている。次いで、「遠くの店に行くときだけ使う」が 4%、「ときどき使う」が 4%であり、いずれもそれほど多くはない。一方、「使わない」は 4%に過ぎず、多くの住民は自家用車による買物行動が中心になっていることを示している。

町別では、「いつも使う」という回答が海津町、南濃町、平田町の順で高くなっているが、いずれも 85%以上である。やはり、モータリゼーションの進行とともに買物がレジャー化していることや近くで適切な商店が少ないためと考えられる（図 4-30）。

図 4-30 町別「買物時の車利用頻度」



性別では、男性と女性で大差はなく「いつも使う」人は女性でも 87%となっている（図 4-31）。

年齢別では、もちろん高齢者ほど車利用者は減少しており、「いつも使う」人は「50 歳代」以下で 90%を超えているが、「60 歳代」では 87%、「70 歳以上」で 68%となっている。「60 歳代」になれば、急速な身体機能の低下や経済的な面で車利用や所有が低下するが、それでも 80 歳代くらいまでは 2/3 近くの人には買物に車を使わざるを得ない状況が見られる（図 4-32）。

図 4-31 性別「買物時の車利用頻度」

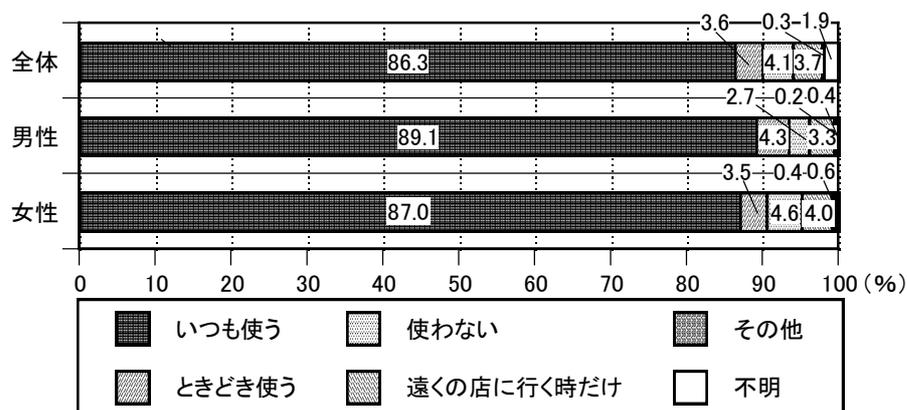
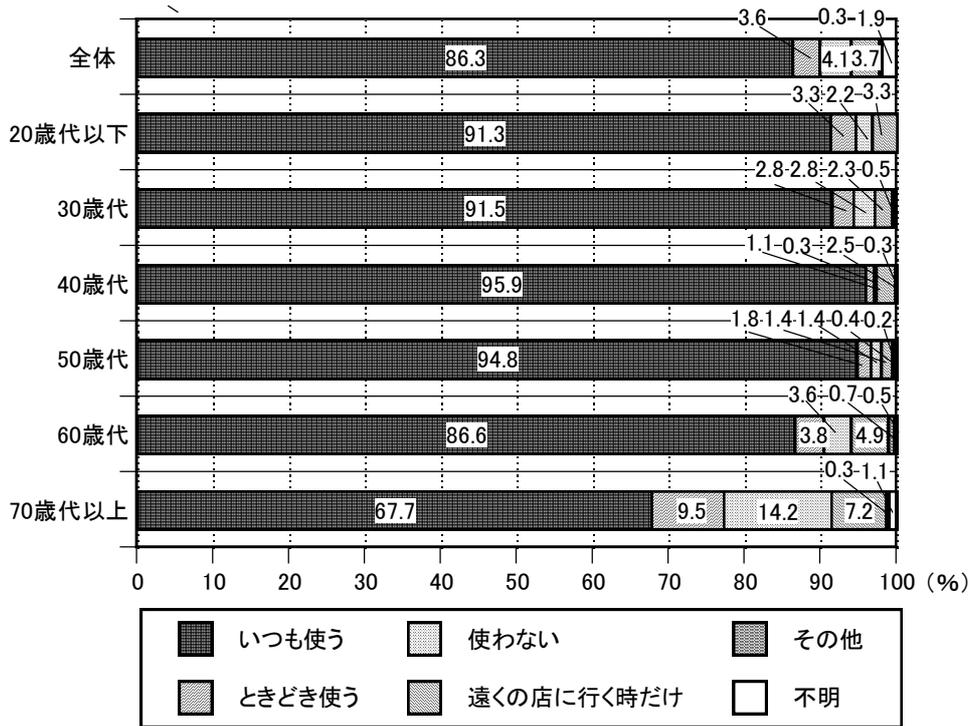


図 4-32 年齢別「買物時の車利用頻度」



車の所有状況別で見ると、車の所有台数が多いほど「いつも使う」人の割合は高くなってきている。また、車を所有していない層ではもちろん「使わない」が65%と高いが、車利用者が30%あるのは近隣の人や家族の車に同乗したものである（図 4-33）。

図 4-33 車所有台数別買物時の車利用

